

Т.В. Бабіч, викл., А.В.Сало, студ. гр. ФК-08-2

Кіровоградський національний технічний університет

Вплив засобів масової інформації на самовизначення молоді

Постановка проблеми та її актуальність: Вплив засобів масової інформації на формування та самовизначення людини розглядається вченими всього світу вже давно. Не секрет, що пропаганда алкоголю, паління та інших негативних чинників надзвичайно шкідлива для дорослої людини, а для молоді, психіка та вподобання якої тільки формуються - тимпаче. Ця тема фігурує у багатьох дискусіях, і ця робота присвячена саме впливу засобів масової інформації на свідомість молоді.

Аналіз останніх джерел і публікацій: найширше тему впливу ЗМІ на саморозвиток молоді розкрито у працях таких авторів як Головаха Е. И., Здіорук С. І., Шелестова Л.

Цілі статті: висвітлити та проаналізувати вплив інформації яку отримує сучасна молодь з засобів масової інформації. Розглянути позитивні та негативні аспекти впливу ЗМІ на розвиток молоді в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу: Все більше в сучасному суспільстві стверджується думка про те, що людство знаходиться на початку розвитку “третьої” (поряд з усною та писемною) системи культури - культури засобів масової комунікації суспільства. У той же час, з точки зору соціологічної науки, люди, що складають аудиторію масової комунікації, розглядаються як особистості, котрі “включаються” в мережу реальних суспільних відносин завдяки функціонуванню технічних засобів. Масова комунікація дозволяє їм встановлювати та підтримувати зв'язок з більш широким соціальним середовищем, кордони якого знаходяться далеко за межами їх безпосереднього оточення. Вирішальне значення у вирішенні ефективності та значущості для людини цих процесів має те, наскільки практика реального суспільного життя особистості співвідноситься із змістом одержаної інформації [4].

В сучасному світі людина з раннього дитинства опиняється в оточенні техносфери, вагомою частиною якої являються засоби масової комунікації, що грають важливу роль в житті людини. При чому, на перші місця вийшли так звані електронні засоби.

Подобається нам сучасна інформація, яку надають ЗМІ чи ні, вона є невід'ємною частиною ринкових процесів і сучасного життя в цілому. В умовах конкурентної боротьби великої кількості виробників однакових товарів, телекомпаній, політичних партій надання інформації виходить за межі простого інформування, розрахованого на свідоме сприйняття і трансформується у більш дійовий засіб впливу – в психологічне програмування, підсвідоме навіювання.

Орієнтуючись на позасвідому сферу особистості, на приховані інстинкти, інформація різних типів, фільми і реклама чинять тиск на психіку людини. Особливо під цей вплив підпадає молодь. По-перше, в пошуках науково-популярної інформації вона частіше за дорослих звертається до Інтернету, журналів, а всі ці інформаційні потоки супроводжуються рекламою, голошеннями (зазвичай продаж товарів та знайомств).

По-друге, молодь більш емоційно вразлива, сприйнятлива. По-третє, молодь більше часу, ніж дорослі, проводить біля телевізорів та в Інтернеті.

ЗМІ широко рекламуються алкогольні напої, сигарети. Це негативно впливає на молодь, яка бере приклад з поведінки молодих людей в рекламах або у фільмах, де головні герої ведуть антисоціальний спосіб життя, але представлені як позитивні.

Через те, що для підлітків дуже важливою є потреба у спілкуванні, а вуличне спілкування і спонтанні юнацькі групи тісно пов'язані з особливостями юнацької субкультури молоді люди легко підхоплюють ці стереотипи. Юнаки ототожнюють себе з веселими, безтурботними хлопцями і дівчатами у відео роликах, сильними і володарними чоловіками з поганими звичками, які звикли всього добиватися силою, яких постійно показують у фільмах і тим "красивим життям", до якого нібито такий спосіб життя веде. Таке ставлення до життя і оточуючих, а також розбіжність ідеалів і буденності нерідко призводить до серйозних наслідків – агресії, наркоманії, алкоголізму, частих депресій, нервових зривів, розладів психіки.

Такий вплив ЗМІ на людей, їх моральні цінності, етичні і поведінкові норми, може зруйнувати структуру суспільних цінностей, викликати заміну вищих цінностей цінностями нижчих порядків, що призводить до морального розладу молоді і суспільства в цілому і, безумовно, може причинити розвиток негативних тенденцій у суспільстві. [10]

Сучасні ЗМК, особливо телебачення набувають планетарного характеру, звертаються до багатомільйонної аудиторії, створюють новий тип культури - аудіовізуальний.[8]

Національно свідомі працівники засобів масової інформації у своїй діяльності дотримуються принципів загальнолюдської моралі, суть якої полягає в тому, що завжди правильно чинить той, хто захищає свою мову, культуру.

Проблеми, пов'язані зі зловживанням ПАР (психологічно активними речовинами, тобто алкоголем, наркотиками, психотропними та іншими речовинами, які певним чином впливають на психологічний стан людини), поступово стають одним з головних викликів людської цивілізації. Усвідомлення небезпеки подальшого поширення епідемії наркотичної та алкогольної залежності активізує вироблення державної політики в галузях охорони суспільного здоров'я, морального спокою та громадського порядку. Йде постійний пошук засобів боротьби з цим суспільним злом, уряди та громадські організації багатьох країн намагаються створити нові канали впливу на масову свідомість, щоб перешкодити подальшому зростанню числа скалічених та хворих.

Як відомо, переломний момент у розвитку української держави співпав з переходом всього сучасного світу в якісно нову стадію суспільного розвитку, що характеризується як "постіндустріальне суспільство", або "інформаційне суспільство", в якому діяльність людей ґрунтується на використанні послуг, отримуваних за допомогою інформаційних та комунікативних технологій. Система масової інформації стає основним засобом формування суспільної свідомості, поширення економічних, політичних і культурних ідей. ЗМІ сьогодні є не тільки провідником суспільно значущої інформації, а певним чином самі детермінують шляхи та формування соціальної комунікації.

Вітчизняні соціологи, звертаючи увагу на масові факти адитивної поведінки, доходять висновку про наявність стійкої тенденції формування особливих соціальних груп споживачів адитивних речовин і відповідно адитивної субкультури, виникнення специфічних соціальних відносин, певної трансформації соціальної структури під впливом наркотизму, та водночас, - формування й інституціалізації цілої антинаркотичної індустрії.

За даними загальноукраїнського опитування, проведеного Фондом «Демократичні ініціативи» і «СОЦІСом» - Центром соціальних і політичних досліджень з 29 квітня 2004 року до 6 травня 2004 року, за рівнем довіри ЗМІ поступилися лише Церкві, Збройним Силам.

Рівень впливу тих чи інших засобів масової інформації у різних вікових групах є різним. Так, серед вікових груп 10 - 14 років найбільш популярними є спеціальні журнали та радіо. У наступних (15 - 22 років) вікових групах зростає рівень використання таких інформаційних джерел як телебачення, інформаційні буклети, газети.

На думку молоді, найбільш впливовим інформаційним джерелом з питань впливу на здоров'я наркотичних речовин (тютюн, алкоголь та наркотики) є, перш за все, телебачення (64%), газети (44%), радіо (25%). Останні позиції за рейтингом цих джерел займають

спеціальна література (книжки, журнали, довідники) та інформаційні буклети та листівки. Щодо такого джерела інформації як Інтернет, молоді люди готові звертатися до нього вдвічі більше, ніж роблять це зараз, але слід враховувати, що ще більшою мірою стосується мешканців обласних центрів та великих міст і значно менше сільської молоді [3].

Особливе значення у використанні потужного впливу ЗМІ набуває здатність знайти нові, нестандартні підходи до висвітлення тем, пов'язаних з подоланням суспільних пороків. На відміну від інших складових профілактичних програм, ЗМІ мають можливість впливати не лише на окремих індивідів, а й на цілі соціальні групи або навіть суспільство загалом.

Рекламні заходи займають особливе місце у здійсненні профілактики зловживання ПАР. Реклама не тільки бере участь у формуванні споживчих потреб членів суспільства, але має певний вплив на всю життєдіяльність людини. Виконуючи роль механізму переконання, вона впливає на цінності та спосіб життя людини, і цей вплив має як позитивний, так і негативний аспекти [2].

Висновок: Засоби масової інформації та комунікації, реклама, елементи public relations у відношенні до проблем поширення алкоголізму та вживання ПАР, мають досить виражений дуалістичний характер. З одного боку, саме за допомогою ЗМІ та реклами поширюються певні настанови, що пропагують споживання психодійних речовин як невід'ємної складової людського життя. З іншого боку - саме ЗМІ володіють найміцнішими каналами впливу для попередження подальшого розгортання наркотичної епідемії.

У першу чергу це пов'язано з важливим місцем, яке займають засоби масової інформації та комунікації у сучасному інформаційному суспільстві.

На мою думку необхідно створити спеціальну програму "грамотної поведінки" зі ЗМІ для школярів і дошкільників. Розробити спеціальні заняття, на яких дітей будуть навчати критично ставитися до телебачення, розрізняти фантазію та реальність на екрані. Дітям також розкажуть про економічний базис телевізійної індустрії. Як свідчить зарубіжний досвід, такі програми досить ефективні. Запобігати негативному впливові телебачення можна і в колі сім'ї. Звісно, що батьки не мають змоги весь час контролювати зміст передач, які дивляться їхні діти, тому буде ефективніше сформувати в дитини певне ставлення до телебачення. Добре, коли вся сім'я обговорює побачене на екрані, коли батьки висловлюють ставлення до того, що відбувається у фільмі. Отже, протидіяти негативному впливові телебачення можна й потрібно, і робити це необхідно різними способами й на кількох рівнях: суспільства, сім'ї, окремої людини. Якщо ми й не можемо відмовитися від цього продукту людської творчості у своєму повсякденному житті, то хоча б спробуємо не перетворювати його на головну життєву цінність.[9]

Список літератури

1. Борсукова І. Розірвати наркопавутиння - означає знешкодити павука. Інтерв'ю з начальником відділу по боротьбі з незаконним обігом наркотиків ГУ УМВС у м. Києві В.І. Кравченко // Урядовий кур'єр. - 2004. - 13 травня. - С. 7 - 10.
2. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про рекламу» // Урядовий кур'єр. - 2003. - 24 вересня. - С. 25 - 27.
3. Здіорук С. І. Психологічне обґрунтування використання ЗМІ та різних видів рекламної продукції з метою профілактики нарко-, токсикоманії та алкоголізму // Практична психологія та соціальна робота. - 2004. - № 10. - С. 6 - 9.
4. Коваль Л.Г., Зверева І.Д., Хлебнік С.Р. Соціальна педагогіка / Соціальна робота: Навч. посібник. - К.: ІЗМН, 1997. - 392 с.
5. Романова О.Л., Иванникова И.В. Культурологические аспекты антинаркотического воспитания // Вопросы психологи. - 1993. - № 3. - С. 48.
6. Шелестова Л. «Молоко» й «Екстрім». Про сучасні ЗМІ для підлітків // Шкільний світ. - 2004. - № 12. - С. 1 - 2.
7. Сайт «allbest» Рубрика: Педагогіка/Предмет: Соціальна педагогіка/ «Вплив ЗМІ на виховання дитини» <http://www.allbest.ru/>.

8. Сайт «Народна правда» стаття Вплив ЗМІ на поведінку молоді, автор Андрій Діцик.

Одержано 22.04.10

УДК 620.4+658.22

**П.Г.Плєшков, доц., канд. техн. наук, Н.Ю.Гарасьова, доц, канд. техн. наук.,
Т.В.Величко, асп.**

Кіровоградський національний технічний університет

Побудова системи автоматизованого управління і моніторинга енергетичних параметрів насосної станції

Запропонована система автоматизованого управління режимами роботи насосної установки. Система дозволяє економити електроенергію за рахунок роботи частотно-регульованого приводу залежно від реального вжитку води та забезпечити ефективність моніторингу та управління основними режимами водозабірної вузла.

автоматизована система, моніторинг, насосна станція, водопостачання.

Використання регульованого електроприводу насосних агрегатів в системах комунального і промислового водопостачання протягом останніх 5-7 років являється предметом пильної уваги з боку експлуатуючих організацій. Стало очевидне, що регулювання швидкості робочого колеса насосів дозволяє істотно підвищити енергетичні показники установок, отримати значну економію електроенергії, і скоротити втрати води за рахунок виключення надлишку тиску в гідравлічній мережі.

До теперішнього часу в різних містах і регіонах України накопичений значний досвід вживання регульованого електроприводу насосних агрегатів для систем холодного та гарячого водопостачання. В більшості випадків реалізація цього технічного заходу виконується в порядку модернізації насосних станцій, що діють: у ланцюзі живлення асинхронного двигуна насоса встановлюються перетворювачі частоти, що дозволяють регулювати швидкість двигуна.

Найбільшого поширення в сучасній практиці водопостачання і водовідведення набули наступні види регульованого електроприводу:

- частотний з перетворювачем на транзисторних IGBT-модулях;
- за схемою асинхронно-вентильного каскаду;
- за схемою вентильного двигуна;
- з індукторними муфтами ковзання;
- з гідромуфтами;
- з гідравлічними варіаторами.

Кожен з названих регульованих приводів має свої переваги і недоліки. Їх вибір повинен проводитися кваліфікованими фахівцями на основі вивчення складу устаткування насосної установки, аналізу режиму її роботи у взаємозв'язку з режимом роботи водопровідних і каналізаційних мереж і інших насосних установок, що подають воду у водопровідну мережу.

Використання регульованого електроприводу дає змогу отримати до 50% економії електроенергії у складі системи автоматизованого управління режимами роботи насосної